2019《创业基础》期末作业

商业计划书简表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 徐泽庭 | | 学号 | | 18019100018 |
| 项目名称 | 代币制校园互助app | | | | |
| 评分项 | 分值 | 问题 | | 回答（空格大小可自行调整） | |
| 背景 | 15分 | 产品或服务所在行业存在的问题 | | 校园内各类app,公众号，qq群较为繁多，功能上较为单一，且信息传递方面存在着巨大的问题，就比如一些qq号通过成为公众qq号，通过qq空间来发布消息，虽然这样的通过qq空间发布一些广告可能还具有一定效果，但在信息传递上仍有一定缺陷。例如在事物招领这一模块上拥，由于qq空间的消息是按条发布的，无法进行板块划分，同时qq空间具的消息很容易被自己的好友的其他消息刷屏幕，无法使信息长时间传播，这就导致通过这种方式来进行失物招领是十分低效的。 | |
| 产品或服务所在行业发展趋势（说明发展方向、列举相应行业发展数据） | | 随着中国互联网用户群的日益庞大，互联网产业正扮演着市场经济的重要角色。而大学生对于各种信息平台的接受度和依赖度普遍非常强，但是市面上的生活服务类应用软件鱼龙混杂，针对大学生的需求，以大学生的利益为基本出发点提供信息方便大学生的学习生活的应用软件还少之又少。由于当前大学生的信息获取渠道过多，例如这个学校官网、那个学院官网，所以需要一个平台进行信息整合，让同学们可以在一个软件上获得到海量的信息与资料。而且随着信息时代的到来，交友的方式也增加，交友的地域性的限制慢慢被打破，因而需要一个可以结实本校”大佬“或和外校同学交流的平台。目前在大学校园，大学生有许多二手物品需要抛售，但由于没有一个规范的市场，所以二手交易一直很局限，导致市场也有一定的空缺，因此这正是发展此项综合社交、信息交换、资源共享、大学交易等功能一体的APP的机遇。而且也有许多商家需要大学生这一庞大的消费群体，希望有一个受众面广阔的APP来宣传自己，所以市场的需求面是很大的。并且APP中采用数字代币，极大的激发用户的使用性，使这款APP在使用中拥有了无限活力。如图可见不同阶段学生对校园APP的需求度。 | |
| 产品或服务所在行业政府支持（列举相关政策举措） | | （一）大学毕业生在毕业后两年内自主创业，到创业实体所在地的工商部门办理营业执照，注册资金（本）在50万元以下的，允许分期到位，首期到位资金不低于注册资本的10%（出资额不低于3万元），1年内实缴注册资本追加到50%以上，余款可在3年内分期到位。[1]  　　（二）大学毕业生新办咨询业、信息业、技术服务业的企业或经营单位，经税务部门批准，免征企业所得税两年；新办从事交通运输、邮电通讯的企业或经营单位，经税务部门批准，第一年免征企业所得税，第二年减半征收企业所得税；新办从事公用事业、商业、物资业、对外贸易业、旅游业、物流业、仓储业、居民服务业、饮食业、教育文化事业、卫生事业的企业或经营单位，经税务部门批准，免征企业所得税一年。  　　（三）各国有商业银行、股份制银行、城市商业银行和有条件的城市信用社要为自主创业的毕业生提供小额贷款，并简化程序，提供开户和结算便利，贷款额度在2万元左右。贷款期限最长为两年，到期确定需延长的，可申请延期一次。贷款利息按照中国人民银行公布的贷款利率确定，担保最高限额为担保基金的5倍，期限与贷款期限相同。  　　（四）政府人事行政部门所属的人才中介服务机构，免费为自主创业毕业生保管人事档案（包括代办社保、职称、档案工资等有关手续）2年；提供免费查询人才、劳动力供求信息，免费发布招聘广告等服务；适当减免参加人才集市或人才劳务交流活动收费；优惠为创办企业的员工提供一次培训、测评服务。 | |
| 产品或服务 | 20分 | 用户对此产品或服务的需求有哪些？ | | 校园信息推送功能  生活信息推送功能  二手交易（物品租赁）平台  ”顺路“帮忙服务  兼职服务  学习指南  活动推送与学校指南  失物招领 | |
| 此产品或服务目前的市场接受程度 | | 着中国互联网用户群的日益庞大，互联网产业正扮演着市场经济的重要角色。而大学生对于各种信息平台的接受度和依赖度普遍非常强，但是市面上的生活服务类应用软件鱼龙混杂，针对大学生的需求，以大学生的利益为基本出发点提供信息方便大学生的学习生活的应用软件还少之又少。 | |
| 产品或服务目前的技术及领先程度，可列举表明技术先进性的指标并简单加以说明 | | 就比如一些qq号通过成为公众qq号，通过qq空间来发布消息，虽然这样的通过qq空间发布一些广告可能还具有一定效果，但在信息传递上仍有一定缺陷。例如在事物招领这一模块上拥，由于qq空间的消息是按条发布的，无法进行板块划分，同时qq空间具的消息很容易被自己的好友的其他消息刷屏幕，无法使信息长时间传播，这就导致通过这种方式来进行失物招领是十分低效的。还有就是，拾金不昧，也需要有一定鼓励，需要一定的奖励，一来通过奖励那些拾金不昧的同学达到弘扬社会主义核心价值观，弘扬中华美德的目的，其次可以为本产品做宣传，使更多的用户愿意涌入这个平台，这对于丢失物品的人和找到别人丢失物品的人都有很大好处。 | |
| 产品描述（请用一句话完整描述产品或服务的客户、功能、特点、技术指标、商业模式等） | | 利用代币的方式使得各用户之间形成友好互助的关系（社交），平台利用收取手续费，或者按折扣回收代币，以原价出售的方式赚取相应的费用（经营），而代币用于资源购买、、二手交易或租赁、打赏、“顺路”服务等活动。形成一个公开规范的网上大学生信息交换与物品交易平台。 | |
| 市场分析及定位 | 20分 | 项目的市场竞争情况（已有的市场规模，本项目的独创性、领先性，提供相应数据指标） | | 那么上线的基本方式有：  运营商渠道推广：由于中国移动，中国电信，中国联通用户基数较大，可以将产品预装到运营商商店，通过这三家运营商，使其校园客户成为我们的对接客户群。市场部门要有专门的渠道专员负责与运营商沟通合作，出方案进行项目跟踪，并在资金充足的情况下投放关于本产品的广告，也可以通过卡通漫画的形式使的产品的形象深入人心。  同时也可以利用线下渠道推广。线下推广主要是利用张贴海报，复印传单和卡套以及发放公仔，徽章。制作贴图等使本APP的形象更加大众化。（这需要设计者在设计APP功能时，还要考虑设计一个动画或者一个产品的logo。 | |
| 本项目所面对的目标顾客、市场定位 | | 该APP的核心是要推广，扩大其市场，推广的第一步是要上线，这是最基础的。无需砸钱，只需最大范围的覆盖。基础上线是指在各大下载市场、应用商店、大平台、下载站的覆盖Android和IOS系统均可支持本产品的下载（例如91，应用汇，木蚂蚁等）。 | |
| 本项目市场的发展（未来五年的市场规模） | | A、种子期：刚开始由于APP初步形成，对于学校的各项情况还不了解，并且缺乏专业的团队进行维修，所以初期致力于收集用户行为数据，设计相关数据模型。  B、推广期：当运营了一段时间后，有一定的使用者，就存在一定的知名度，那么将进行二轮融资，并组建专业的技术团队对软件进行更新与修复等，并且投放广告，扩大影响，吸收用户。  C、营收期： 通过各种活动运营、增值服务创造营收。制定相关会员支付制度，提供会员服务。 | |
| 发展战略 | 10分 | 商业模式（主要涉及顾客、利润产生、价值来源三个问题） | | 用户可以通过消费一定人民币兑换代币进行交易，主要收入来自于平台收取的手续费，用户将代币通过系统转换为人民币时需收取一定比例的手续费，用户之间的代币转移平台也收取相应手续费。  。  2、一些组织和商家可通过缴纳一定资金，享受相应的宣传政策。例如可在登陆的界面增设他们的宣传广告达到宣传的。（类似和商家或组织合作，收取相应宣传的费用） | |
| 主要合作伙伴与竞争对手（列举具体的竞争对手、替代品、潜在竞争对手） | | 考虑到APP研发、测试成本等因素，且与商家合作占一部分营利费以及学校人员基数大，暂把将公测阶段代币和人民币的购买比率定位 1：100（即1元人民币可购买100代币），而结合本产品设计团队所争取的学校的支持以及商家的赞助，并希望争取更多的支持，暂时将在公测阶段的广告费与宣传费定位目前市场广告费的80%，在初始公测的商家可以通过拉其他商家的赞助获得一定的回扣，并且第一批商家可当做老会员给予未来3年赞助费的优惠。  财务制度完善计划  APP正常运作一年后，招收专业财务人员进行财务规划  机会和风险【SWOT分析】  （一）优势：  1、本产品采取O2O模式经营：在电子商务非常发达的国家，在线消费交易比例只占8%，线下消费比例达到92%。由于消费者大部分的消费仍然是在实体店中实现，把线上的消费者吸引到线下实体店进行消费，这个部分有很大的发展空间，所以有许多商家开始了这种消费模式，这对于本产品来说是一个机遇。（数据来源于市场数据）  2、校园学生量大，有很大的需求；  3、学生作业、论文、报告较多，所需信息多，需要一个学习资料、信息共享的平台；  4、大学生的二手物品交易、资料共享等可率先建立一个规范的有可信的保障的市场  质量有保证，售后工作完善较好；  5、都是在校学生，有很好的朋友、同学、老师资源。并可以通过学生组织接触商家，收益面广。    （二）劣势：  1、时间劣势：对于推广和达到广泛运营的程度的时间难以准确预测。  2、经验劣势：首次创业，没有经验。企业运营技术不成熟。  3、经济劣势：学生自己集资有限，无法直接做够的研发测试APP的资金。  （三）机会：  目前在大学校园，大学生有对这一方便生活的信息交换的平台的需求，而且也有许多商家需要大学生这一庞大的消费群体，希望有一个受众面广阔的APP来宣传自己，市场也有一定的空缺，因此这正是发展此项APP的机遇。  （四）威胁：商圈壁垒：与原有的商业团队竞争压力巨大，资金雄厚，初次涉及容易判断失误。  品牌壁垒：部分知名的品牌群众基础坚实，存在品牌效应（如下图）。    （5）应对策略：  ＷＯ策略:①通过线上线下多重营销方式运营  ②把握时机，抓住市场的主动权，塑造全面专业校园  服务平台形象。 | |
| 面临的技术、市场、财务等关键问题 | | 7.1、市场风险及对策  市场风险是指某种或者多种市场因素、市场竞争而引起的本公司投资收益的可能变动，属于公司必然会面对且无法回避的重要风险。在当下科技进步发达经济快速发展的时代，各行业市场压力越来越大，同行业市场竞争越来越激烈，对于公司而言，尤其是刚创立的公司，要面对的竞争压力会很大市场风险会很多，需要具体全面的分析，如资金来源、投资、合作与竞争，很多企业就为了生存与竞争需求采用“价格战”策略打击竞争对手，因而引起其他公司产品价格波动，进而影响公司收益。  对应策略：  1）规范内部管理，固化运作流程，实现对经营流程各环节的优化和控制，提高企业管控水平，降低经营风险；  2）建立科学、实时、准确的成本核算系统和统计分析系统，实施多次市场调研，建立完善市场信息网络体系，满足经营分析、绩效考核和管理决策需要；  3）实现全过程的客户关系管理，密切顾客（学生主体）联系，科学进行顾客需求和行为分析，提高服务质量从而增强综合服务竞争力，增强对市场变化的适应能力，提高学生顾客满意度和忠诚度；  4）全面收集、整理、分析和展现数据，支持管理决策；  5）合理实施扩增用户的宣传、反馈用户活动来带动用户对本公司软件与服务的热情；  6）寻求相关产业链同盟的支持，积极合作，实施品牌战略；  7.2、财务风险及对策  财务风险是指企业由于不同的资本结构而对企业投资者的收益产生的不确定影响。在公司成立之初，一切都是从零开始，难免会遇到资金难以周转的情况，从而引发经营危机。一方面需要公司积极开展业务，获得收入，提高资金周转率。另一方面我们会尽可能的节约成本，减少不必要资金浪费。 面临流动资金不足而造成的经营困难等各类危机的困难局面，一方面，需要制定详尽合理的财务计划，减少坏账、呆账，提高资金周转率。另一方面，公司需要不断提升服务质量，开展充分的市场宣传与扩展，增加收入，争取利润最大化。  对应策略：  1）建立财务预警分析指标体系，实行严格的资金借贷和运用审批制度，根据公司发展情况和资金市场成本变化，调整资本结构；  2）确保项目效益，提高资产盈利能力，降低投资风险，稳固资金来源与流动；  3）科学地投资决策，同时加大资本运营的力度，构筑和拓宽畅通的融资渠道，为企业的资金供应建立稳固的渠道，为公司的发展不断输入资金，同时完善公司自身的“造血”机制；  4）建立相应的风险预警机制，加强内部管理，严格规章制度，减少可能的直接风险损失。  7.3、技术风险及对策  多数企业公司生存发展竞争所面对的最大问题即为自身问题和技术问题。各行业市场对人才需求一直很居高不下，对各公司而言人才优势更是面对技术风险的关键，企业缺少人才就会导致公司生产能力和整体竞争力降低，造成施工单位技术和管理水平不高，缺少经验等。最终导致公司产品生命周期短，性能不稳定，不能使顾客满意，市场抗压能力不强。公司核心技术人员应保持人员的稳定性，还需要不断招聘专业人员，维护并开发新技术。  对应策略：  1）拓宽对人才的招聘渠道，吸收专业人才，主要以网络招聘、现场招聘会、内部推荐、报纸刊物宣传为主要招新方式。  2）提高员工职业技能水平和管理水平，提高公司各方面能力，其中包括内部管理能力，外部服务质量，技术水平的提高等等。  3）向广大客户征求意见，针对市场状态公司状况实施针对性市场调研，对产品不断进行改进优化，提高技术水平、服务质量等多方面问题，增强市场竞争力。  4）引进专业技术人员，组建团队，保持专业技术团队的稳定性，热情与创新，并以分配股权的方式，刺激积极性，共同发展进步。  5)实现多平台合作，对于合作方以合作为主，竞争为辅共同发展，提高市场应变能力，确保技术质量与服务创新，从而稳定市场根基； | |
| 营销策略 | 10分 | 产品策略 | | 该APP的核心是要推广，扩大其市场，推广的第一步是要上线，这是最基础的。无需砸钱，只需最大范围的覆盖。基础上线是指在各大下载市场、应用商店、大平台、下载站的覆盖Android和IOS系统均可支持本产品的下载（例如91，应用汇，木蚂蚁等）。 | |
| 价格策略 | | 起量快，效果显而易见。成本较高，以目前主流平台为例，CPC价格在0.3-0.8元，CPA在1.5元-3元之间。故我们可以在一段时间内不间断的投放广告，使得本产品被广泛了解 | |
| 分销策略 | | 运营商渠道推广：由于中国移动，中国电信，中国联通用户基数较大，可以将产品预装到运营商商店，通过这三家运营商，使其校园客户成为我们的对接客户群。市场部门要有专门的渠道专员负责与运营商沟通合作，出方案进行项目跟踪，并在资金充足的情况下投放关于本产品的广告，也可以通过卡通漫画的形式使的产品的形象深入人心。 | |
| 促销策略 | | * 手机厂商商店：大厂家都在自己品牌的手机里预装商店，如联想乐商店，HTC市场，oppo 、nearme,魅族市场等。渠道部门需要较多运营专员来跟手机厂商商店接触，使得本产品成为手机厂商中的热门软件。 * 社交平台推广：目前主流的智能手机社交平台，潜在用户明确，能很快的推广产品。这类推广基本采用合作分成方式，合作方法多样。 业内公司有腾讯，新浪等。特别通过微博粉丝众多的校园作家，名人进行帮扩，让他们成为本产品的品牌代言人。 | |
| 财务分析 | 10分 | 资金需求量、资金来源、股本结构与规模 | | 资金前期来源为创办人投资及外部投资，用于软件开发和检验，并在老生中试运行，用于完善软件。当产品已成熟稳定，各项运行体制检测完毕，引入风险投资和银行贷款，以2019级新生入学为契机，增加宣传力度，使软件使用者的规模扩大，抢占市场。  1创办人集资：各自按占股比例出资。  2学校资助：该项目具有学校特色，丰富校园文化，预期得到学校支持，可以申请学校支持，各学校组织都可通过赞助的方式获得代币，该比例必须高于实际应用中人民币与代币的比例，使得校方愿意投资。  3商家风险投资：为周边店铺或一些商家宣传，利用校园内或周边的各类商家进行初始投资，同时获得相应广告宣传效果与一定数量的代币。并可作为长期的加盟伙伴。  1．App的开发  App的开发由团队中的技术人员负责，并邀请专业技术人员指导完善，并先进行内测与获得国家法律部门许可，总计预期花费3000元。  2．App的线上测试  寻找专业的测试公司，对App 的安全性稳定性进行全面测试，保证产品安全可靠，并拿到产品合格证明。总花费预期在2000元。  3．产品宣传推广  产品主要针对新生，故线下宣传部分仅集中在9月份，其余月份的宣传以线上宣传如微信、微博等方式进行，故此部分开销以年份记，预算初期每年宣传部分花销1500元，后期每月的宣传花费为总赢利的1%，可累积。  4．员工工资及福利  员工的工资以月记，包括基本工资和提成，基本工资每人每月为800元，提成为每月总利润的10%，发放给员工，增加员工积极性，将员工收入与企业收益联系在一起。  5．App维护所需费用  当APP运行一定时间后需要修复bug完善程序，并且需要根据意见反馈进行产品的更新。公司全部流动资金的80%作为维护资金，此部分资金全部用于App的维护和新功能的开发，保证App的运行与新功能的研发。  6．公众平台及收费平台等的获取  随着软件的推广，必然需要与各大公众服务平台接轨，如进入应用商店，获得微信支付、支付宝等公众支付平台的支持等，这部分的花销初期为2000，后期每年拿出总收入的5%作为拓展基金。 | |
| 盈利能力（投资回收期、净现值、内部收益率等） | | 考虑到APP研发、测试成本等因素，且与商家合作占一部分营利费以及学校人员基数大，暂把将公测阶段代币和人民币的购买比率定位 1：100（即1元人民币可购买100代币），而结合本产品设计团队所争取的学校的支持以及商家的赞助，并希望争取更多的支持，暂时将在公测阶段的广告费与宣传费定位目前市场广告费的80%，在初始公测的商家可以通过拉其他商家的赞助获得一定的回扣，并且第一批商家可当做老会员给予未来3年赞助费的优惠。  财务制度完善计划  APP正常运作一年后，招收专业财务人员进行财务规划  机会和风险【SWOT分析】  （一）优势：  1、本产品采取O2O模式经营：在电子商务非常发达的国家，在线消费交易比例只占8%，线下消费比例达到92%。由于消费者大部分的消费仍然是在实体店中实现，把线上的消费者吸引到线下实体店进行消费，这个部分有很大的发展空间，所以有许多商家开始了这种消费模式，这对于本产品来说是一个机遇。（数据来源于市场数据）  2、校园学生量大，有很大的需求；  3、学生作业、论文、报告较多，所需信息多，需要一个学习资料、信息共享的平台；  4、大学生的二手物品交易、资料共享等可率先建立一个规范的有可信的保障的市场  质量有保证，售后工作完善较好；  5、都是在校学生，有很好的朋友、同学、老师资源。并可以通过学生组织接触商家，收益面广。 | |
| 风险投资占比与退出策略 | | 威胁：商圈壁垒：与原有的商业团队竞争压力巨大，资金雄厚，初次涉及容易判断失误。  品牌壁垒：部分知名的品牌群众基础坚实，存在品牌效应（如下图）。    （5）应对策略：  ＷＯ策略:①通过线上线下多重营销方式运营  ②把握时机，抓住市场的主动权，塑造全面专业校园  服务平台形象。 | |
| 管理团队 | 10分 | 管理团队各成员有关的教育和工作背景（强调团队竞争优势） | | 周师扬：西安电子科技大学软件工程18级学生  徐泽庭：西安电子科技大学软件工程18级学生 | |
| 成员的分工和互补，或者你认为应该有哪些分工，能力资源等应该如何互补 | | 最开始提出创意的团队成员——徐泽庭 周师扬以及提供技术的编程人员组成。  支持参与合作的学校老师、学生组织成员、商家都可以加盟本企业，提供反馈与人脉关系并获得相应的奖励。  后期招募的编程人员、APP研发人员、财务管理人员、logo或cg动画设计师。 | |
| 创业顾问，主要投资人和持股情况。 | | 参与合作的学校老师和相关人员，以及相关的法律顾问，除主要人员外每人基础（50人以内每个人千分股） | |
| 项目所面临的主要风险及应对之策 | | 市场风险及对策  市场风险是指某种或者多种市场因素、市场竞争而引起的本公司投资收益的可能变动，属于公司必然会面对且无法回避的重要风险。在当下科技进步发达经济快速发展的时代，各行业市场压力越来越大，同行业市场竞争越来越激烈，对于公司而言，尤其是刚创立的公司，要面对的竞争压力会很大市场风险会很多，需要具体全面的分析，如资金来源、投资、合作与竞争，很多企业就为了生存与竞争需求采用“价格战”策略打击竞争对手，因而引起其他公司产品价格波动，进而影响公司收益。  对应策略：  1）规范内部管理，固化运作流程，实现对经营流程各环节的优化和控制，提高企业管控水平，降低经营风险；  2）建立科学、实时、准确的成本核算系统和统计分析系统，实施多次市场调研，建立完善市场信息网络体系，满足经营分析、绩效考核和管理决策需要；  3）实现全过程的客户关系管理，密切顾客（学生主体）联系，科学进行顾客需求和行为分析，提高服务质量从而增强综合服务竞争力，增强对市场变化的适应能力，提高学生顾客满意度和忠诚度；  4）全面收集、整理、分析和展现数据，支持管理决策；  5）合理实施扩增用户的宣传、反馈用户活动来带动用户对本公司软件与服务的热情；  6）寻求相关产业链同盟的支持，积极合作，实施品牌战略；  财务风险及对策  财务风险是指企业由于不同的资本结构而对企业投资者的收益产生的不确定影响。在公司成立之初，一切都是从零开始，难免会遇到资金难以周转的情况，从而引发经营危机。一方面需要公司积极开展业务，获得收入，提高资金周转率。另一方面我们会尽可能的节约成本，减少不必要资金浪费。 面临流动资金不足而造成的经营困难等各类危机的困难局面，一方面，需要制定详尽合理的财务计划，减少坏账、呆账，提高资金周转率。另一方面，公司需要不断提升服务质量，开展充分的市场宣传与扩展，增加收入，争取利润最大化。  对应策略：  1）建立财务预警分析指标体系，实行严格的资金借贷和运用审批制度，根据公司发展情况和资金市场成本变化，调整资本结构；  2）确保项目效益，提高资产盈利能力，降低投资风险，稳固资金来源与流动；  3）科学地投资决策，同时加大资本运营的力度，构筑和拓宽畅通的融资渠道，为企业的资金供应建立稳固的渠道，为公司的发展不断输入资金，同时完善公司自身的“造血”机制；  4）建立相应的风险预警机制，加强内部管理，严格规章制度，减少可能的直接风险损失。  技术风险及对策  多数企业公司生存发展竞争所面对的最大问题即为自身问题和技术问题。各行业市场对人才需求一直很居高不下，对各公司而言人才优势更是面对技术风险的关键，企业缺少人才就会导致公司生产能力和整体竞争力降低，造成施工单位技术和管理水平不高，缺少经验等。最终导致公司产品生命周期短，性能不稳定，不能使顾客满意，市场抗压能力不强。公司核心技术人员应保持人员的稳定性，还需要不断招聘专业人员，维护并开发新技术。  对应策略：  1）拓宽对人才的招聘渠道，吸收专业人才，主要以网络招聘、现场招聘会、内部推荐、报纸刊物宣传为主要招新方式。  2）提高员工职业技能水平和管理水平，提高公司各方面能力，其中包括内部管理能力，外部服务质量，技术水平的提高等等。  3）向广大客户征求意见，针对市场状态公司状况实施针对性市场调研，对产品不断进行改进优化，提高技术水平、服务质量等多方面问题，增强市场竞争力。  4）引进专业技术人员，组建团队，保持专业技术团队的稳定性，热情与创新，并以分配股权的方式，刺激积极性，共同发展进步。  5)实现多平台合作，对于合作方以合作为主，竞争为辅共同发展，提高市场应变能力，确保技术质量与服务创新，从而稳定市场根基；  法律风险及对策 法律风险指公司在运营过程中会遇到很多的法律条款约束，由于法律法规所导致的公司承担的潜在经济损失或者其他损失，由于公司自身或者对方的违法犯罪、侵权违约行为所致使得公司遭受与法律头冠损失的可能风险等。在现今社会，绝不可以违背法律为代价寻求公司利益，一方面会造成的可能经济损失极大，其次会造成名誉损失，尤其是针对学生群体，学校不会与有过违法犯罪行为的平台合作，从而会直接致使公司丧失顾客群体而无法运营。 应对策略：   1. 要对公司进行全面深入的法律调查，研究以往案例，发现、识别企业所面临的各方面法律风险，确定法律风险点、风险源、开列具体的风险清单； 2. 结合公司实际，根据法律管理工作的不同要求、企业经营管理的特点和企业经营战略目标确定风险分类方法，对企业现有的法律风险进行归类； 3. 依据风险发生的可能性、损失程度、损失范围等，对各类法律风险进行评分和排序，划分风险等级，提出进行风险控制管理的措施建议。 4. 与合作方签订详尽的合法条约，避免合作方的违法行为对我方公司的名誉、经济伤害；同时关注市场竞争态势，杜绝不正当竞争，对于违法竞争者给予投诉上报维护自身权益；   政策风险  经济政策风险是指在建设期货经营期内，由于所处的经济环境和经济条件的变化，致使实际的经济效益与预期的经济效益相背离。宏观经济环境与经济条件的变化，包括国家宏观调控政策，财政货币政策，税收政策，其中包括国家经济制度变革、经济法规和经济政策的修改、产业政策的调整以及经济发展速度的波动。对本公司而言，公司会面临一般企业共有的政策风险，其中包括宏观调控政策、财政货币政策，税收政策等，可能对项目今后的运作产生影响。  对应策略：  1）公司需在国家各项经济政策和产业政策的指导下，汇聚各方信息，制定最佳方案，统一指挥调度，合理确定我们发展目标和战略；  2）加强内部管理，提高服务管理水平，降低营运成本，努力提高经营效率形成我们的独特优势，增强抵御政策风险的能力。 | |
| 风险分析 | 5分 | 列举相关风险 | | 代币密码加密密码容易被破解，存在着财产流失的危险。  带取快递可能会被坏人利用导致个人的财产损失。 | |